

Consumo sustentable y educación ambiental

Claudia A. Gómez Luna¹

“Ser es tener, dice el sistema. Y la trampa consiste en que quien más tiene, más quiere, y en resumidas cuentas las personas terminan perteneciendo a las cosas y trabajando a sus órdenes.”
(Eduardo Galeano, 1992)

La crisis ambiental ha sido ocasionada por los modelos de desarrollo prevalecientes, enfocados al crecimiento económico y el progreso tecnológico. Dichos modelos han dado como resultado nuevas formas de organización social, que a su vez han modificando la forma de uso de los recursos naturales. Esto ha provocado la división del mundo en dos grupos: los países desarrollados y los países en desarrollo, los pobres y los ricos. Esta división, pone de manifiesto que el reparto de la riqueza sólo está en unos cuantos y que el interés principal es buscar el aumento constante de la producción, vender más y obtener más ganancias en el menor tiempo posible.²

El consumo es considerado, entonces, como un factor importante para obtener ganancias, sin él, no hay producción ni ganancia. La situación ha llegado a tal grado que se hace necesario repensar el modelo de desarrollo imperante, sus procesos económicos y el modo de vida que se ha llevado sobre todo en los países desarrollados y que ponen en peligro el progreso-desarrollo y el estado de la naturaleza.

Hoy, después de once años de celebrarse en 1992, la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro, y a pesar de que se destacó al consumo sustentable como uno de los temas más abordados y fue considerado uno de los retos clave para lograr un desarrollo sustentable, falta mucho por hacer.³

Los esfuerzos por cambiar los patrones de consumo desmedido, han sido muchos, por ejemplo se han diseñado innovadoras tecnologías logrando una mayor eficiencia en el uso de la energía y materiales y se reciclan muchas materias primas; en la industria se promueven tecnologías más limpias, la sustitución de combustibles sólidos con altos niveles de sulfuro por petróleo o gas natural han llevado a reducciones considerables en las

¹ Jefe de Departamento de Educación Superior del Cecadesu, correo electrónico: aluna@semarnat.gob.mx

² En la década de los setenta, la crítica al modelo de desarrollo se da a través de dos grupos: El **Club de Roma** que postulaba que el crecimiento demográfico explosivo era el principal problema de los países en desarrollo, haciendo énfasis que el desarrollo es una variable independiente que no tiene ninguna relación con la estructura económica; y la **Fundación Bariloche** de Argentina, donde se sostiene que "los grandes problemas de las naciones en desarrollo son la pobreza y el subdesarrollo" y que la sobrepoblación se deriva de estos. En pocas palabras los países en desarrollo son los culpables de la crisis que se enfrenta, debido a ellos se ha ocasionado el grave deterioro al ambiente por la sobre-explotación de sus recursos.

³ En la Agenda 21, puede apreciarse como se enfatiza el consumo sustentable como tema central, y específicamente en el principio 8 se señala que: *“Para lograr un desarrollo sustentable y una mayor calidad de vida para los pueblos, los estados deberán reducir y eliminar los patrones insostenibles de producción y consumo y promover políticas demográficas apropiadas”*, en particular, en el capítulo 4, se hace énfasis en *“la necesidad de adoptar nuevos conceptos de riqueza y prosperidad, lo cual ... permitirá alcanzar mayores estándares de vida mediante el cambio de los estilos de vida, [y] nos hará menos dependientes de los recursos finitos de la Tierra y nos colocará en armonía con las capacidades de ésta”*.

emisiones de sulfuro. En muchos países, se han realizado programas como el de compartir el auto; el de consumo de alimentos frescos, el comprar productos de limpieza, para baño y cosméticos, que no dañen el ambiente, en la fabricación de papel se producen nuevos procesos de blanqueamiento sin cloro. Con la ejecución de estos procesos se ha minimizado el uso de recursos y se ha disminuido la cantidad que se genera de desperdicios, sin embargo, el reto sigue siendo muy grande, promover el cambio de los patrones de consumo mediante la adopción e instrumentación de programas de consumo sustentable y responsable.

La necesidad de sensibilizar y formar a la población en la comprensión de las relaciones entre la sociedad y la naturaleza, y su acercamiento a las posibles soluciones de los graves problemas ambientales que aquejan hoy a los grupos humanos, en el ámbito urbano o rural, se hace evidente y se constituye como un mecanismo trascendental para ampliar las posibilidades de la población, dándoles una opción constructiva para apoyar a sus comunidades y mejorar su calidad de vida.

La inquietud de plantear soluciones a la problemática ambiental y social en el mundo, ha llevado a generar diversas propuestas que se expresan a través de estrategias enfocadas hacia un modelo de desarrollo sustentable que promueve una nueva forma de vida, donde el sentido de la relación hombre-naturaleza tiene otro significado y en el que dicha relación adquiere una visión que considera un manejo adecuado y óptimo aprovechamiento de los recursos naturales y que se refleja en la adopción de patrones de consumo sustentables.

El consumo es, un acto esencial e inevitable de la vida humana y presenta características particulares que sobrepasan las necesidades de la vida biológica o material. La satisfacción de las necesidades humanas, según Ricardo Iturra, 1996⁴ tiene tres componentes: *el utilitario*, donde se busca algo con el fin de obtener protección, por ejemplo, comprar un suéter para protegerme del frío, el componente de *comunicación*, la necesidad está en función de la moda, con la finalidad de que “*los otros*” piensen que soy moderno, y el componente *psicológico*, en el sentido de estar cómodo y contento con uno mismo, de sentirse bien.

El componente utilitario, (el valor útil del objeto), dice él, Iturra, no es siempre el que determina la elección. A veces el acto de consumo está motivado por el propósito de comunicarse con los otros, de demostrar que se respetan las convenciones sociales, que se está a la moda o que se es completamente diferente. El componente psicológico, impulsa a consumir para probarse algo a sí mismos, para asemejarse a la imagen que uno tiene de sí y sentirse bien con uno mismo.

El consumo desmedido de las sociedades modernas, implica el uso de elevadas cantidades de recursos naturales, los actos de consumo comprometen, al mismo tiempo, todas las esferas de la vida humana, la material, la social y la psicológica. Modificar los hábitos de compra de la población es un objetivo indispensable para coadyuvar a la protección del medio ambiente, disminuir la contaminación, y la generación de desechos y promover un manejo eficiente de la energía, etc. La adquisición de nuevos hábitos implica la modificación de la cultura que consume productos y bienes superfluos limitándose sólo a la satisfacción de las necesidades básicas y generando nuevas formas de relación entre la población y el medio natural, poniendo de manifiesto que la educación es un instrumento

⁴ Iturra, Ricardo. Educación del consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. *Consumers International*-Oficina Regional para América Latina y el Caribe. Consejo de Educación de Adultos de América Latina. p.13

catalizador a través del cual se puede impulsar y fomentar una cultura de la responsabilidad ambiental.⁵ Se reconoce, entonces, como propuesta fundamental el desarrollo de la educación ambiental como promotora de la conservación integral del medio ambiente, a través del impulso de procesos de prevención y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. Su principal función es la modificación de contextos y desarrollo de propuestas educativas que faciliten la creación de una nueva cultura ambiental y el respeto por los recursos naturales, donde se incluya la participación de niños, jóvenes y adultos.

La educación ambiental promueve: “La educación de los consumidores, [como] una necesidad básica de aprendizaje, está llamada a jugar un rol esencial en la construcción de una moderna ciudadanía contribuye a la equidad social, en la medida que prepara y estimula la defensa del derecho a la salud, la vivienda, la educación, la seguridad social, etc. [y] a la defensa de la calidad ambiental de la producción. Cada día existe mayor conciencia de que el desarrollo debe ser alcanzado en el marco de una relación sana con la naturaleza, que la preserve y la potencie, sin destruirla ni degradarla.”⁶

La educación ambiental, es entonces, promotora de la modificación de actitudes y adquisición de nuevos valores, para formar consumidores conscientes e informados, responsables y solidarios que les permita mantener una actitud alerta en sus relaciones de mercado, pasando de un consumo desmedido al consumo sustentable, satisfaciendo las necesidades humanas básicas de las generaciones presentes y futuras, sin socavar la capacidad del medio ambiente.

Referencias Bibliográficas

Cortina, Adela (2002). *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Taurus, España, 349 p.

Galeano, J.; E. Guinsberg y M. Matrajt. (2001). *¿El progreso nos hace más felices? Adelantos tecnológicos, salud mental y calidad de vida en: Revista Subjetividad y Cultura, No. 17 Octubre 2001, México, Plaza Valdés y Editores, pp. 7-29*

_____ (1991), “*Ser como ellos*”. Siglo XXI, México pp. 115-129

Iturra, Ricardo. (1996). *Educación del consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar*. Consumers International-Oficina Regional para América Latina y el Caribe. Consejo de Educación de Adultos de América Latina. Chile, 57 p.

Masera, Diego. (2002). *Hacia un consumo sustentable en América Latina y el Caribe*. Industria y Economía. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Oficina Regional para América Latina y el Caribe. México, 34 p.

⁵ A partir de la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano realizada en Estocolmo en 1972, se pone de manifiesto que la educación es indispensable para poder desarrollar una labor en cuestiones ambientales y sobre todo si esta se dirige a las generaciones de jóvenes y adultos, cuidando que preste atención al sector menos privilegiado.

⁶ Iturra, Ricardo. Op. Cit. p. 8



Documento disponible en
<http://anea.org.mx>